

## مدل سازی ساختاری-تفسیری عوامل مؤثر بر کسب و کارهای دانش بنیان برای اقشار نیازمند

محسن غلامرضایی نژاد<sup>۱</sup>، محمد ضیاءالدینی<sup>۲\*</sup>، مصطفی هادوی نژاد<sup>۳</sup>، محمدرضا حسینی پور<sup>۴</sup>

<sup>۱</sup> دانشجوی دکترای مدیریت دولتی، واحد رفسنجان، دانشگاه آزاد اسلامی، رفسنجان، ایران  
<sup>۲</sup> استادیار گروه مدیریت دولتی، واحد رفسنجان، دانشگاه آزاد اسلامی، رفسنجان، ایران  
<sup>۳</sup> دانشیار گروه مدیریت، دانشکده علوم اداری و اقتصاد، دانشگاه ولی عصر (عج) رفسنجان، رفسنجان، ایران  
<sup>۴</sup> استادیار گروه اقتصاد، واحد رفسنجان، دانشگاه آزاد اسلامی، رفسنجان، ایران

### چکیده

کسب و کار دانش بنیان مبتنی بر نشر و اشاعه و استفاده از اطلاعات، علم، خرد و دانش و نیز خلق آن است. هدف پژوهش حاضر شناسایی عوامل مؤثر بر کسب و کارهای دانش بنیان برای اقشار نیازمند می باشد، از آنجا که ارائه مدل ساختاری-تفسیری برای شناسایی عوامل مؤثر بر کسب و کارهای دانش بنیان برای اقشار نیازمند مدنظر این پژوهش بود، لذا راهبرد نظریه داده بنیاد انتخاب شد تا با این مطلوب سازگاری داشته باشد. به منظور جمع آوری داده‌های مورد نیاز مصاحبه عمیق با ۱۲ نفر از اساتید و خبرگان انجام شد. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات از روش تحلیلی مدل سازی ساختاری-تفسیری (ISM) روابط بین ابعاد و شاخص‌های الگو تعیین و به صورت یکپارچه تحلیل شد؛ در نهایت با استفاده از تحلیل MICMAC نوع متغیرها با توجه به اثرگذاری و اثرپذیری بر سایر متغیرها مشخص شد. نتایج نشان می دهد که بیشترین تأثیرات مربوط به "بیکاری پنهان و آشکار اقشار نیازمند"، "فقدان خود اشتغالی اقشار نیازمند"، "حمایت دولت از کسب و کارهای دانش بنیان با رویکرد حمایت از اقشار نیازمند"، "هوشمندی فضای کسب و کار برای اقشار نیازمند" و "ساختار حقوقی حاکم بر کسب و کارهای دانش بنیان"، کمترین نفوذ مربوط به "رویکرد علمی و دانشی در همه ابعاد و مراحل کسب و کار" می باشد، نتایج تحقیق نشان داد کسب و کارهای دانش بنیان نقش مهمی در اثربخشی تولید، تبلور دانش در محصولات و خدمات جدید، ارتقاء سطح اقتصاد و رفاه و تولید ثروت و ارزش افزوده در یک جامعه ایفا می کنند.

**واژگان کلیدی:** کسب و کار، کسب و کارهای دانش بنیان، اقشار نیازمند و محروم، الگوی مناسب کسب و کارهای دانش بنیان

<sup>۲</sup>- محمد ضیاءالدینی (نویسنده مسئول) ، [3051209066@iauk.ac.ir](mailto:3051209066@iauk.ac.ir)

## ۱- مقدمه

در عصر حاضر، پایدارترین رشد اقتصادی در جهان مربوط به اقتصاد دانش‌محور است. در اقتصاد دانش‌محور شرکت‌های دانش بنیان نقش مهمی در رشد اقتصادی ایفا می‌کنند به طوری که در سال‌های اخیر این شرکت‌ها به‌عنوان موتور اصلی رشد اقتصادی شناخته شده‌اند، از سوی دیگر کسب‌وکارهای دانش بنیان نقش مهمی در اثر بخشی تولید، تبلور دانش در محصولات و خدمات جدید، ارتقاء سطح اقتصاد و رفاه و تولید ثروت و ارزش افزوده در یک جامعه ایفا می‌کنند و حرکت به سوی نوآوری و ایجاد تغییر در ترکیب محصولات و خدمات در قلمرو فعالیت‌های یک شرکت دانش بنیان قرار دارد. در واقع کسب‌وکارهای دانش بنیان مبتنی بر نشر، اشاعه و استفاده از اطلاعات، دانش و خلق آن را بنا می‌نهند. این کسب‌وکارها بیشتر از سایر شرکت‌ها خود را با تغییر و تحولات نوظهور در محیط کسب‌وکار همگام نموده و برای بقا در محیط‌های رقابتی تلاش می‌کنند. امروزه جهت دستیابی به پارادایم توسعه پایدار، برنامه ریزان بیش از هر چیز بر توانمندسازی گروه‌های هدف (فقیران، زنان بی سرپرست، کارگران بی‌زمین و کشاورزان خرده پا و غیره) تاکید دارند. فقر در حال حاضر مهمترین تهدید کننده جامعه می‌باشد. از آنجا که نمی‌توان اثر کسب و کارهای دانش بنیان را در رشد اقتصادی نادیده گرفت می‌توان با تزریق دانش به اقشار نیازمند در زمینه کسب و کار شرایطی را به وجود آورد تا از پتانسیل سازنده‌ی کسب و کارهای دانش بنیان برای رسیدن به رشدی پایدار استفاده نمود و به اهدافی همچون افزایش بهره‌وری و افزایش تولید و رفع محرومیت و فقر، کاهش مهاجرت و جلوگیری از گرایش به کسب و کارهای غیرقانونی شد. کسب و کارهای دانش بنیان به دلیل امکان ایجاد فرصت‌های شغلی با سرمایه اندک، زمان اندک بین اجرای طرح و رسیدن به مرحله تولید و اشتغالزایی بالا ظرفیتی بی‌نظیر است. حمایت از این کسب و کارها با تزریق دانش رونق خاصی خواهد گرفت. در نتیجه پرداختن به این عنوان برای توسعه پایدار و جلوگیری از بسیاری معضلات اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و... الزامی می‌باشد.

هدف غائی این تحقیق مدل سازی ساختاری-تفسیری عوامل مؤثر بر کسب‌وکارهای دانش بنیان برای اقشار نیازمند می‌باشد، سوال اساسی که تحقیق حاضر در پی رسیدن به آن است عبارت است از: عوامل مؤثر بر کسب‌وکارهای دانش بنیان برای اقشار نیازمند کدام است؟

## ۲- مبانی نظری

محرومین و اقشار نیازمند همواره بخش زیادی از مردمان جوامع را تشکیل داده‌اند. اگرچه نسبت آنها به سایر اقشار اجتماعی در جوامع و زمان‌های مختلف، متفاوت بوده است اما آنها همواره اکثریت جوامع را در مقابل اقلیت صاحب قدرت و ثروت در بیشتر کشورهای دنیا شامل شده‌اند. به‌ویژه اینکه آنها معمولاً در حاشیه تحولات بوده و حداکثر پیرو سایر گروه‌ها در حرکت‌های جمعی بوده‌اند. استفاده بهینه از منابع و امکانات موجود به منظور برآورده ساختن نیازها و خواسته‌های بشری از جمله افزایش تولید، درآمد، اشتغال، رفاه جامعه و... جز مهمترین هدف‌های توسعه هر کشور محسوب می‌شود. برای این منظور معمولاً سعی می‌شود تا با بکارگیری سیاست‌ها و ابزارهای اجرایی گوناگون، در برنامه‌های توسعه بر این هدف دست یافت (درودی و همکاران، ۱۳۹۸). یکی از راه‌های مطرح در اشتغالزایی «کسب‌وکارهای کوچک و متوسط دانش بنیان» و افزایش درآمد و ریشه کنی بیکاری اقشار نیازمند است. نگاهی به فعالیت بنگاه‌های کوچک و متوسط در کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه بیانگر نوعی ارتباط تنگاتنگ و مؤثر بین پیشرفت اقتصادی- اجتماعی این کشورها از طریق این بنگاه‌ها است. به علت تخصصی شدن وظایف، عدم تمرکز تصمیم‌گیری و نیاز به انعطاف‌پذیری بیشتر به منظور حضور دائمی یا بیشتر و مطابقت با شرایط متغیر جهان، کسب‌وکارهای کوچک و متوسط با مدیریت اقشار نیازمند در کشورهای صنعتی و در حال توسعه رو به افزایش بوده است. برای دستیابی به اقتصاد دانش بنیان بایستی شرایط لازم برای ابداع و نوآوری فراهم شود تا توانایی تبدیل ایده‌ها به محصولات از طریق سرمایه‌گذاری، به تولید محصولات جدید منجر شود. با توجه به اینکه برای اولین بار اقدام به شناسایی عوامل مؤثر بر کسب‌وکارهای

دانش بنیان برای افشار نیازمند شده و از سوی دیگر وجود ادبیات ضعیف تحقیق در این مورد، مساله پژوهش آشکار شده و اقدام در جهت پاسخ به این مهم، پژوهش حاضر عهده دار انجام آن با استفاده از روش ساختاری-تفسیری است.

اقتصاد دانش بنیان، اقتصادی است که در آن تولید، توزیع و استفاده از دانش، منبع اصلی رشد و ایجاد ثروت است (خیاطیان و همکاران، ۱۳۹۵). با نگاهی به سیر شکل‌گیری عوامل مزیت‌ساز جوامع در یکصد سال گذشته، چنین استنباط می‌شود که تغییرات سریع فن‌آوری‌های نوین، وضعیت اقتصاد سنتی را تغییر داده و اقتصادهایی که بتوانند با علم و دانش، فضای خلاقانه و نوآورانه را در جامعه خود گسترش دهند، توفیق بیشتری خواهند داشت (پاک‌نیت و همکاران، ۱۳۹۵). این موضوع، مورد توجه مسئولین و سیاست‌گذاران کشور ایران نیز قرار گرفت و قانون شرکت‌های دانش بنیان (به عنوان موتور محرک اقتصاد دانش بنیان) در سال ۱۳۸۹ به تصویب مجلس شورای اسلامی رسید. شرکت‌های دانش بنیان، به سازمان‌هایی اشاره می‌کند که از فرآیندهای خلق و به کارگیری دانش برای پیشبرد کسب و کار خود استفاده می‌کنند (ثقفی و همکاران، ۱۳۹۷).

برای اقتصاد دانش بنیان تعاریف مختلفی از سوی سازمان‌های بین‌المللی و اقتصاددانان ارائه شده است: سازمان توسعه همکاری‌های اقتصادی، اقتصاددانش بنیان را اقتصادی می‌داند که بر اساس تولید، توزیع و کاربرد دانش و اطلاعات شکل گرفته و سرمایه‌گذاری در دانش و صنایع دانش پایه (صنایع دانش پایه، صنایعی هستند که در آنها سطح بالایی از سرمایه‌گذاری به ابداع و نوآوری اختصاص یافته، فناوری‌های کسب شده دامنه نفوذ گسترده‌ای دارند و نیروی کار از تحصیلات عالی برخوردار هستند) مورد توجه خاص قرار می‌گیرد (گودین<sup>۱</sup>، ۲۰۱۶).

سازمان همکاری‌های اقتصادی آسیا-اقیانوسیه با گسترش ایده مطرح شده توسط سازمان توسعه همکاری‌های اقتصادی در خصوص اقتصاد دانش بنیان، آن را اقتصادی می‌داند که در آن تولید، توزیع و کاربرد دانش عامل و محرک اصلی رشد اقتصادی، تولید ثروت و اشتغال در تمامی صنایع است (هوسکیسون<sup>۲</sup> و همکاران، ۲۰۲۰). طبق این تعریف اقتصاد دانش بنیان برای رشد و تولید ثروت تنها به تعدادی از صنایع با فناوری بالا متکی نیست بلکه در این اقتصاد تمامی صنایع به فراخور نیاز خود از دانش استفاده می‌کنند. به عبارت دیگر، در این نوع اقتصاد تمامی فعالیت‌های اقتصادی به نوعی به دانش متکی هستند (بنگ<sup>۳</sup> و همکاران، ۲۰۲۰). اقتصاد دانشی به عنوان تولید و خدمات مبتنی بر فعالیت‌های دانشی تعریف شده است که به سرعت به پیشرفت فنی و علمی و همچنین ماندگاری منتهی می‌شود. جزء اصلی اقتصاد دانشی، وابستگی بیشتر به توانایی‌های فکری نسبت به منابع فیزیکی یا منابع طبیعی است (پوول و سنلمن<sup>۴</sup>، ۲۰۱۴). هرچه دانش میزان بیشتری از هسته محصول یا خدمات را تشکیل دهد، سازمان بیشتر مبتنی بر دانش است (زاک<sup>۵</sup>، ۲۰۱۳).

در ایران، با توجه به ماده ۱ قانون حمایت از شرکت‌ها و مؤسسات دانش بنیان و تجاری سازی نوآوری‌ها، «شرکت‌ها و مؤسسات دانش بنیان، شرکت یا موسسه خصوصی یا تعاونی است که به منظور هم‌افزایی علم و ثروت، توسعه اقتصاد دانش محور، تحقق اهداف علمی و اقتصادی (شامل گسترش و کاربرد اختراع و نوآوری) و تجاری سازی نتایج تحقیق و توسعه (شامل طراحی و تولید کالا و خدمات) در حوزه فن‌آوری‌های برتر و با ارزش افزوده فراوان، به ویژه در تولید نرم افزارهای مربوط، تشکیل می‌شود. نوآوری متغیر مهمی برای رشد اقتصادی است. اگرچه فعالیت‌های فن‌آورانه و نوآورانه توسط بنگاه ایجاد می‌شود اما قوانین و مقررات دولتی و ارائه حمایت‌های مالی می‌تواند مشوق‌هایی را برای نوآوری در بنگاه‌ها ایجاد کند تا آنها بتوانند کارآمدتر شده و پیشرفت‌هایی در زمینه فن‌آوری داشته باشند (جوایدی<sup>۶</sup>، ۲۰۱۳).

<sup>1</sup> Godin

<sup>2</sup> Hoskisson

<sup>3</sup> Bang

<sup>4</sup> Powell & Snellman

<sup>5</sup> Zack

<sup>6</sup> Joueidi

فرایندهای نوآوری و مشخصه‌های فن‌آوری در تمام بنگاه‌ها و صنایع یکسان نیست، بنگاه‌ها با مشخصه‌های گوناگون، رفتار متفاوتی از خود نشان می‌دهند. برای دسته بندی شرکت‌ها به منظور ارائه خدمات هرچه بهتر به آنان، ابتدا باید انواع دسته بندی‌ها و مشخصه‌های هر یک مطالعه شود. تکسونومی علم طبقه بندی و دسته بندی است. پاویت، دی جانگ و مارسیلی، وهاتزچرونوگلو و ریزونی<sup>۱</sup> از فعالان سرشناس در تعریف دسته بندی‌های معتبر در دنیا هستند. نتایج مطالعه دی جانگ و مارسیلی نشان می‌دهد که نوآوری فرآیندی، گسترده تر از نوآوری در محصول برای تولید است. جوایدی در مطالعه‌ای با عنوان «طبقه بندی شرکت‌های تولیدی و خدماتی در لوکزامبورگ با توجه به مهارت‌های فن‌آورانه به دسته بندی شرکت‌های تولیدی و خدماتی در لوکزامبورگ پرداخته است. این مطالعه با استفاده از داده‌ها، در مورد تولید و خدمات شرکت‌های لوکزامبورگ که از کشورهای مستقل مشترک المنافع تأمین می‌شود، برای نشان دادن روش‌های تجربی طبقه بندی شرکت‌ها بر اساس الگو و میزان نوآوری و سطح توانمندی فن‌آورانه استفاده می‌کند. طبقه بندی‌هایی نیز بر اساس صنعت ارائه شده است که با توجه به ناهمگونی با مدل ایرانی به آن اشاره‌ای نمی‌شود. در طبقه بندی ارائه شده برای سیستم دسته بندی صنعت آمریکای شمالی که توسط سازمان کوچک کسب و کار آمریکا اجرا می‌شود، اندازه و سبک شرکت (شرکت‌های کوچک) بر اساس هر حوزه فناوری و زیرمجموعه آن تقسیم بندی شده است. در ایران نیز مطالعه‌ای برای دسته بندی شرکت‌های دانش بنیان انجام شده که شرکت‌ها را به چهار دسته تقسیم کرده است (ردائی و قاضی نوری، ۱۳۹۵).

براساس مطالعات انجام گرفته توسط سازمان همکاری‌های اقتصادی آسیا اقتصادها در جهان مربوط به اقتصادهای دانش محور است و در این میان کسب و کارهای کوچک دانش بنیان موتور محرک و توسعه این اقتصادها هستند. براساس بررسی‌های انجام شده نوآوری‌ها و پیشرفت‌های صنعتی طی دهه‌های اخیر در سطح جهان حاصل فعالیت‌های نوآورانه کسب و کارهای کوچک نوآور و دانش محور بوده است. علاوه بر این محققین، اشتغال در بنگاه‌های کوچک به ویژه شرکت‌های فن‌آور را در دوران رکود و التهاب اقتصادی، پایدارتر از اشتغالی می‌دانند که توسط بنگاه‌های بزرگ ایجاد شده است (فخاری و همکاران، ۱۳۹۳). امروزه در اکثر کشورهای جهان صنایع کوچک و متوسط، از جنبه‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی، تولید صنعتی و ارائه خدمات در حال نقش آفرینی هستند. شرکت‌های کوچک بیش از ۹۰ درصد اقتصاد بسیاری از کشورها را شامل می‌شوند. این شرکت‌های کوچک با صادرات قابل توجه خود نقش موثری را در توسعه اقتصادی کشورشان ایفا می‌کنند. در ایران نیز بنگاه‌های صنعتی کوچک ۹۶ درصد کل صنعت کشور را شامل می‌شوند (انتظاریان، ۱۳۹۴).

امروزه در اکثر کشورها توجه خاصی به کسب و کارهای خرد می‌شود و تقویت و ایجاد بستر مناسب برای توسعه‌ی آن از ابزارهای پیشرفت اقتصادی کشورها، به ویژه کشورهای در حال توسعه به شمار می‌آید؛ زیرا کسب و کارهای خرد با اثربخشی بالا به توسعه‌ی اقتصادی (ایجاد اشتغال، نوآوری در فعالیت‌ها و رقابت‌پذیری) منجر می‌شود (نجفی خانی و همکاران، ۲۰۱۵). در واقع حرکت جهان به سمت اقتصاد دانش محور باعث شده است تا بسیاری از کشورها به توسعه شرکت‌های دانش بنیان روی بیاورند. این نوع شرکت‌ها به کشورهای پیشرفته اجازه می‌دهد تا رقابت‌پذیری خود را در مقابل اقتصادهای در حال رشد که در آنها هزینه نیروی انسانی و تولید کمتر است حفظ کنند و نیز به سطح مطلوبی از اشتغال زایی دست یابند (منصوری و همکاران، ۱۳۹۶). از سوی دیگر مقابله با فقر و حمایت از نیازمندان یک ضرورت اجتماعی و اقتصادی به شمار می‌آید حتی در نظام‌هایی که رقابت برای ثروت اندوزی اصالت دارد، مقابله با فقر مطلق، حداقل برای جلوگیری از گسترش ناهنجاری‌ها و آسیب‌های اجتماعی ضروری دانسته می‌شود. به منظور تحقق این امر کشورهای مختلف، روش‌های متفاوتی را در قالب استراتژی‌های مقابله با فقر به کار بسته‌اند که تعدادی از آنها اثربخشی خود را به اثبات رسانده و در ایران نیز قابلیت اجرا دارند که از آن جمله، توانمندسازی از طریق کارآفرینی و توسعه کسب و کارهای خرد می‌باشد (رزمجو و همکاران، ۱۳۹۲). براین اساس با توجه به اهمیت ایجاد کسب و کارهای دانش بنیان برای ابقاش نیازمند و خلاء تحقیقاتی در این زمینه، تحقیق حاضر به بررسی عوامل مؤثر بر کسب و کارهای دانش بنیان برای ابقاش نیازمند پرداخته است.

<sup>1</sup> Pavit, Di Jang and Marcili, and Hatzicheronoglu and Rizoni

### تعریف شرکت‌های دانش بنیان

در دنیای پرتحول امروز، دانش و نوآوری اساسی ترین عامل پیشرفت در عرصه‌های صنعتی و اقتصادی محسوب می‌گردد. اقتصاد یک کشور وقتی شکوفا می‌شود که بستر لازم برای نوآوری و حضور در بازارهای رقابتی جهانی فراهم شود.

تعاریف مدیریتی ارائه شده در رابطه با شرکت‌های دانش بنیان به قرار ذیل هستند:

کسب‌وکار دانش بنیان: کسب‌وکارهای دانش بنیان بنگاه‌های اقتصادی هستند که با خلق دانش و نوآوری جهت ایجاد ارزش در محیط رقابتی به فعالیت مشغول هستند (انتظاریان، ۱۳۹۴: ۲۸).

- شرکت دانش بنیان عبارت است از شرکتی که علاوه بر این که خود، دانش را می‌شناسد، آنرا به خوبی به کار می‌گیرد و از طریق آن نوآوری ایجاد می‌کند.

- ویریچ، شرکت‌های دانش بنیان را شبکه انعطاف پذیر از تخصص‌هایی می‌داند که عنصر بسیار مهم آن دانش است. در حقیقت رویکرد دانش بنیان سعی دارد تا با تجزیه و تحلیل دریا بد چگونه شرکت‌های دانش بنیان، دانش را ایجاد، تحصیل، اعمال و حمایت می‌کنند و چگونه آن را منتقل می‌کنند، به گونه‌ای که مزایای رقابتی آن حفظ شود.

شرکت دانش بنیان، به شرکتی گفته می‌شود که در آن دانش و محصولات مبتنی بر دانش به بازار عرضه می‌کنند. محصولات و خدمات می‌تواند به صورت برنامه، نمونه اولیه یا تولید انبوه متفاوت باشد این درحالی است که هزینه‌های تحقیق و توسعه، قسمت عمده‌ای از هر ۲ نوع هستند.

### ۳- پیشینه پژوهش

خرسندی و همکاران (۱۴۰۱) در تحقیق خود با عنوان " طراحی الگوی توسعه کسب و کارهای دانش بنیان در شرایط تحریم " به این نتیجه رسیدند که عوامل موثر بر توسعه کسب و کارهای دانش بنیان به دو دسته تقسیم می‌شوند: عوامل داخلی و خارجی. به طور کلی عوامل داخلی موثر بر توسعه شرکت‌های دانش بنیان در شرایط تحریم در برگزیده ی قابلیت پویایی نوآوری، تیزهوشی کسب و کار، انتقال فن آوری، تکنولوژی‌های نوظهور، چالش‌های تحقیق و توسعه، قدرت تامین کنندگی، شرایط سرمایه گذاری و رویکردی است که کسب و کار در قبال توسعه خود اتخاذ می‌کند. این عوامل از درون خود کسب و کار نشات می‌گیرد. از سوی دیگر عوامل خارجی موثر بر توسعه شرکت های دانش بنیان در شرایط تحریم در برگزیده ی نسبت سرمایه گذاری به تولید ناخالص داخلی، آزادی اقتصادی، ساختار قضایی و امنیت حقوق مالکیت، دسترسی به پول سالم، قوانین بازار مالی و اعتبارات بازار کار و تجارت، ثبات سیاسی و فقدان خشونت، قوانین و مقررات دولتی، اندازه دولت، خط مشی‌های دولتی، و مشوق‌های مالیاتی می‌باشد. بیشتر این عوامل دربرگیرنده‌ی خط مشی‌ها و سیاست‌هایی است که دولت در قبال توسعه کسب و کارها اتخاذ می‌کند، از دیگر نتایج پژوهش حاضر می‌توان به عوامل زمینه‌ای یا بستر توسعه کسب و کارهای دانش بنیان در شرایط تحریم با رویکرد کارآفرینانه اشاره نمود که در برگزیده ی سه مولفه‌ی ساختار سازمانی، شایستگی‌های کارآفرینانه و پویایی محیطی است.

اکبرزاده و شفیع‌زاده (۱۴۰۱) در پژوهشی به بررسی نقش دولت در بهبود روند ایجاد و توسعه کسب‌وکارهای دانش بنیان پرداخت. نتایج حاصل از پژوهش بیانگر اهمیت زیاد نقش دولت در کمک به بهبود روند ایجاد و توسعه کسب‌وکارهای دانش بنیان است که این مهم از طریق فعالیت‌هایی که در صدر آنها حمایت‌های مالی دولت قرار دارد، امکان پذیر می‌باشد. از این رو می‌توان گفت دولت باید در این راستا اقدامات گسترده‌ای را آغاز کند و این امر مورد توجه مسئولین دولتی ذیربط قرار گیرد.

محمدکاظمی و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهشی به بررسی تاثیر نوآوری مدل کسب‌وکار بر خلق مزیت رقابتی با نقش میانجی‌گری توانمندی کارآفرینانه (مورد مطالعه: شرکت‌های دانش بنیان حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات) پرداختند. نتایج تحقیق نشان‌دهنده تاثیر مثبت و معنادار نوآوری مدل کسب‌وکار بر خلق مزیت رقابتی و توانمندی کارآفرینانه و تاثیر مثبت و معنادار توانمندی کارآفرینانه بر خلق مزیت رقابتی در شرکت‌های دانش بنیان حوزه فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات است. همچنین نتیجه گرفته شد که نوآوری مدل کسب‌وکار تاثیر غیرمستقیم بر خلق مزیت رقابتی از طریق توانمندی کارآفرینانه دارد.

حاجی آخوندی و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهشی به شناسایی عوامل کلان مؤثر بر موفقیت نوآوری باز در اکوسیستم کسب‌وکارهای دانش بنیان دیجیتال پرداختند. سازه‌های برون زای مدل، روی هم ۶۲ درصد از واریانس سازه موفقیت در نوآوری باز را شرح می‌دهد و به ترتیب سازه‌های محیط مقرراتی و نظارتی، پشتیبانی مالی و نهادهای واسطه در موفقیت نوآوری باز، بیشترین ارتباط و اهمیت را دارند. همچنین مقدار شاخص Q2 مدل برابر با ۰/۳۹۲ است که نشان می‌دهد مدل پیشنهادی، تناسب پیش‌بینی مناسبی دارد.

گلابی و همکاران (۱۳۹۹) پژوهشی با عنوان مفهوم پردازی فرآیند مدیریت بازاریابی در کسب‌وکارهای دانش بنیان مستقر در پارک علم و فناوری شهر اراک انجام دادند و یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که فرایند مدیریت بازاریابی در کسب‌وکارهای مورد بررسی طی هفت مرحله متوالی صورت می‌گیرد که متشکل از مرحله اول؛ شناسایی و درک نیازهای مشتریان، مرحله دوم؛ توسعه محصولات، خدمات و فرایندها جهت برآوردن نیازهای مشتریان، مرحله سوم؛ قیمت گذاری نفوذی محصولات و خدمات به شیوه ای موثر، مرحله چهارم؛ شناسایی رقبا، مرحله پنجم؛ مکان یابی و ایجاد زمینه ای جهت دسترسی آسان و مؤثر مشتریان به محصولات و خدمات، مرحله ششم؛ حصول اطمینان از رضایت مشتریان در حین و بعد از فرایند مبادله و مرحله هفتم؛ برقراری ارتباطات بلندمدت با مشتریان است.

عبدالله‌زاده و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهشی به بررسی عوامل مؤثر بر راه اندازی کسب‌وکارهای مستقل در نواحی روستایی پرداختند. نتایج برآورد مدل لوجیت «احتمال راه اندازی کسب‌وکار مستقل» نشان داد که تاثیر متغیرهای وضعیت تاهل، خوداشتغالی اعضای خانوار، آورده شخصی زمین، آورده شخصی آب، شاخص منزلت اجتماعی، شاخص تعهد به بانک کشاورزی، روحیه و نگرش کارآفرینانه و شاخص مخاطره پذیری با اطمینان ۹۹ درصد و متغیرهای سابقه شغل قبلی، نوع وام دریافتی، میزان نظارت بر استفاده از وام و آورده شخصی سرمایه با اطمینان ۹۵ درصد مثبت و معنی دار بوده، در حالی که متغیر مدت زمان انتظار برای دریافت وام دارای تاثیر منفی و معنی دار با اطمینان ۹۹ درصد است. بنابراین، توصیه می‌شود که قبل از پرداخت اعتبارات، از طریق مقیاس‌های استاندارد، روحیه و نگرش کارآفرینانه، مخاطره پذیری، منزلت اجتماعی و تعهد به بانک متقاضیان این‌گونه اعتبارات ارزیابی و سپس، نسبت به تخصیص اعتبار اقدام شود.

خویشتن دار و همکاران (۱۳۹۸) در تحقیق خود با عنوان " شناسایی الگوهای انگیزشی کارآفرینان در راه اندازی کسب و کارهای دانش بنیان " به این نتیجه رسیدند که داشتن شبکه ارتباطی مؤثر با سایر کارآفرینان، مخترعان، دانشگاهیان، تولیدکنندگان و سرمایه‌گذاران، تجاری‌سازی ایده یا اختراع، استفاده از تحصیلات و تحقیقات از انگیزه‌های مهم مشترک بین مشارکت‌کنندگان شناسایی شده است. بر این اساس به سیاست‌گذاران حوزه فن‌آوری پیشنهاد می‌شود که تسهیل ارتباط بین نخبگان و ایجاد شبکه ارتباطی بین آنها و تولیدکنندگان و سرمایه‌گذاران را در برنامه‌های خود بگنجانند.

#### ۴- روش تحقیق

راهبرد پژوهشی مورد استفاده در این پژوهش، مدل‌سازی ساختاری تفسیری (ISM)؛ روشی اکتشافی برای شناسایی روابط شاخص‌ها و سطح‌بندی آنها مبتنی بر پارادایم تفسیرگرایانه است. با استفاده از این روش می‌توان الگوی روابط علی و پیچیده میان یک مجموعه از عوامل را شناسایی کرد. از آنجا که ارائه مدل ساختاری- تفسیری برای شناسایی عوامل مؤثر بر کسب و کارهای دانش بنیان مدنظر این پژوهش بود، لذا راهبرد ساختاری- تفسیری انتخاب شد تا با این مطلوب سازگاری داشته باشد.

#### ۵- یافته‌ها

در ادامه با استفاده از روش تحلیلی مدل‌سازی ساختاری- تفسیری (ISM) روابط بین ابعاد و شاخص‌های مدل تعیین و به صورت یکپارچه تحلیل شد؛ در نهایت با استفاده از تحلیل MICMAC نوع متغیرها با توجه به اثرگذاری و اثرپذیری بر سایر متغیرها مشخص شد. مدل‌سازی ساختاری تفسیری یک روش سیستماتیک و ساختار یافته برای ایجاد و فهم روابط میان عناصر

یک سیستم پیچیده است که در سال ۱۹۷۴ توسط وارفیلد<sup>۱</sup> معرفی شد (علی اکبری و اکبری، ۱۳۹۶). این روش یک فرآیند یادگیری تعاملی است که در آن مجموعه‌ای از عناصر مختلف و بهم مرتبط در یک مدل نظام مند جامع ساختار دهی می‌شوند. این روش شناسی به ایجاد و جهت دادن به روابط پیچیده میان عناصر یک سیستم کمک می‌نماید. مدل سازی ساختاری تفسیری با تهیه فهرستی از متغیرهایی شروع می‌شود که مربوط به مساله یا موضوع هستند این متغیرها از مطالعه ادبیات موضوع، مصاحبه با خبرگان و یا از طریق پرسشنامه به دست می‌آیند. این روش تفسیری<sup>۲</sup> است، چون قضاوت گروهی از افراد تعیین می‌نماید که آیا روابطی میان این عناصر وجود دارد یا خیر. افزون بر آن این روش ساختاری<sup>۳</sup> است زیرا اساس روابط یک ساختار سراسری و از مجموعه پیچیده‌ای از متغیرها استخراج شده است

جدول ۱: عوامل مؤثر بر کسب و کارهای دانش بنیان برای اقشار نیازمند

ردیف	عوامل
C1	بیکاری پنهان و آشکار اقشار نیازمند
C2	فقدان خود اشتغالی اقشار نیازمند
C3	فقر و کمبود درآمد
C4	عدم بنیاد مالی اقشار نیازمند
C5	حمایت دولت از کسب و کارهای دانش بنیان با رویکرد حمایت از اقشار نیازمند
C6	هوشمندی فضای کسب و کار برای اقشار نیازمند
C7	اطلاع رسانی زمینه‌ای شروع کسب و کارهای دانش بنیان برای اقشار نیازمند
C8	رویکرد علمی و دانشی در همه ابعاد و مراحل کسب و کار
C9	انگیزه خودکفایی اقشار نیازمند
C10	مشکلات اقتصادی حاکم بر اقتصاد کشور
C11	ساختار حقوقی حاکم بر کسب و کارهای دانش بنیان
C12	معافیت‌های مالیاتی
C13	سطح تکنولوژی
C14	کسب و کار دانش بنیان
C15	افزایش سطح رفاه اقشار نیازمند
C16	تحرك و عدالت اجتماعی در بین اقشار نیازمند

جدول ۲: تشکیل ماتریس خود تعاملی ساختاری

															$\begin{matrix} j \\ i \end{matrix}$			
$\bar{C}$	$\bar{C}$	$\bar{C}$	$\bar{C}$	$\bar{C}$	$\bar{C}$	$\bar{C}$	$\bar{C}$	$\bar{C}$	$\bar{C}$	$\bar{C}$	$\bar{C}$	$\bar{C}$	$\bar{C}$	$\bar{C}$	$\bar{C}$	$\bar{C}$	$\bar{C}$	
V	O	V	O	O	X	V	O	V	V	V	O	O	V	A	X			C1 بیکاری پنهان و آشکار اقشار نیازمند
V	V	V	V	O	O	V	O	V	V	V	O	O	X	X				C2 فقدان خود اشتغالی اقشار نیازمند
O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	A	X	O	X					C3 فقر و کمبود درآمد

<sup>1</sup>Warfield

<sup>2</sup> Interpretive

<sup>3</sup>Structural



		j i															
		C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	C11	C12	C13	C14	C15	C16
C4	عدم بنیاد مالی اقشار نیازمند					X	V	V	V	O	O	V	A	V	V	V	V
C5	حمایت دولت از کسب و کارهای دانش بنیان با رویکرد حمایت از اقشار نیازمند										X	O	O	V	V	V	V
C6	هوشمندی فضای کسب و کار برای اقشار نیازمند																X
C7	اطلاع رسانی زمینه ایی شروع کسب و کارهای دانش بنیان برای اقشار نیازمند																X
C8	رویکرد علمی و دانشی در همه ابعاد و مراحل کسب و کار																X
C9	انگیزه خودکفایی اقشار نیازمند																X
C10	مشکلات اقتصادی حاکم بر اقتصاد کشور																X
C11	ساختار حقوقی حاکم بر کسب و کارهای دانش بنیان																X
C12	معافیت های مالیاتی																X
C13	سطح تکنولوژی																X
C14	کسب و کار دانش بنیان																X
C15	افزایش سطح رفاه اقشار نیازمند																X
C16	تحرك و عدالت اجتماعی در بین اقشار نیازمند																X

### ماتریس دسترسی اولیه

با تبدیل نمادهای ماتریس  $ssim$  به اعداد صفر و یک بر اساس ماتریس دستیابی اولیه به دست می آید. در این ماتریس فقط اعداد صفر و یک وجود دارند. قاعده جایگذاری اعداد صفر و یک به صورت زیر است:

- اگر نماد خانه V باشد در آن خانه عدد یک و در خانه قرینه عدد صفر گذاشته می شود.
- اگر نماد خانه A باشد در آن خانه عدد صفر و در خانه قرینه عدد یک گذاشته می شود.
- اگر نماد خانه X باشد در آن خانه عدد یک و در خانه قرینه عدد یک گذاشته می شود.
- اگر نماد خانه O باشد در آن خانه عدد صفر و در خانه قرینه عدد صفر گذاشته می شود.

جدول ۳: دسترسی اولیه

	C16	C15	C14	C13	C12	C11	C10	C9	C8	C7	C6	C5	C4	C3	C2	C1	j i
C1	1	0	1	0	0	1	1	0	1	1	1	0	0	1	0	1	C1
C2	1	1	1	1	0	0	1	0	1	1	1	0	0	1	1	1	C2
C3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1	0	C3
C4	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	0	1	1	0	0	0	C4
C5	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0	C5



C16	C15	C14	C13	C12	C11	C10	C9	C8	C7	C6	C5	C4	C3	C2	C1	$\begin{matrix} j \\ i \end{matrix}$
1	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0	C6
1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	C7
0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	C8
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	C9
1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	C10
1	1	1	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	C11
0	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1	0	1	0	0	0	C12
0	0	0	1	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	C13
1	0	1	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	C14
0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	C15
1	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	C16

#### ماتریس دسترسی نهایی:

پس از تشکیل ماتریس دسترسی اولیه ماتریس دسترسی نهایی تشکیل می شود تا ماتریس دسترسی اولیه سازگار شود. در این ماتریس قدرت نفوذ و میزان وابستگی هر متغیر نشان داده شده است. قدرت نفوذ هر متغیر عبارت است از تعداد نهایی متغیرهایی (شامل خودش) که می تواند در ایجاد آن ها نقش داشته باشد. میزان وابستگی عبارت است از تعداد نهایی متغیرهایی که موجب ایجاد متغیر یاد شده می شوند.

#### جدول ۴: دسترسی نهایی

قدرت نفوذ	C16	C15	C14	C13	C12	C11	C10	C9	C8	C7	C6	C5	C4	C3	C2	C1	$\begin{matrix} j \\ i \end{matrix}$
15	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	C1
15	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	C2
14	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	C3
14	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	C4
15	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	C5
15	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	C6
13	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	C7
1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	C8
13	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1	C9
14	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	C10
15	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	C11

14	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	C12
13	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	C13
14	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	C14
14	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	C15
14	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	C16
	15	15	15	15	15	14	15	15	16	15	15	14	5	14	5	10	میزان وابستگی

نتایج نشان می‌دهد که بیشترین تأثیرات مربوط به "بیکاری پنهان و آشکار اقشار نیازمند" (با قدرت نفوذ ۱۵)، "فقدان خود اشتغالی اقشار نیازمند" (با قدرت نفوذ ۱۵)، "حمایت دولت از کسب و کارهای دانش بنیان با رویکرد حمایت از اقشار نیازمند" (با قدرت نفوذ ۱۵)، "هوشمندی فضای کسب و کار برای اقشار نیازمند" (با قدرت نفوذ ۱۵) و "ساختار حقوقی حاکم بر کسب و کارهای دانش بنیان" (با قدرت نفوذ ۱۵)، کمترین نفوذ مربوط به "رویکرد علمی و دانشی در همه ابعاد و مراحل کسب و کار" (با قدرت نفوذ ۱) می‌باشد.

#### تعیین سطح متغیرها:

به منظور تعیین سطح عوامل در مدل نهایی به ازای هر یک از آن‌ها به مجموعه دسترسی پیشنهادی و اشتراک تعیین می‌شود. مجموعه دسترسی، علاوه بر خود عامل شامل مجموعه عواملی است که عامل مورد بررسی به آن‌ها منتهی می‌شود، مجموعه پیش نیاز (مقدم) علاوه بر خود عامل شامل مجموعه عواملی است که به عامل مورد بررسی منتهی می‌شود و مجموعه اشتراک شامل اشتراک دو مجموعه دسترسی و پیش نیاز است. چنانچه مجموعه دسترسی و اشتراک برای یک عامل یکسان باشد، آن عامل در بالاترین سطح قرار می‌گیرد، سپس این عامل تعیین سطح شده، کنار گذاشته و سطح بندی برای سایر عوامل به همین ترتیب ادامه پیدا می‌کند تا تمام عوامل سطح بندی شوند. نتیجه منجر به تعریف ۸ سطح می‌گردد.

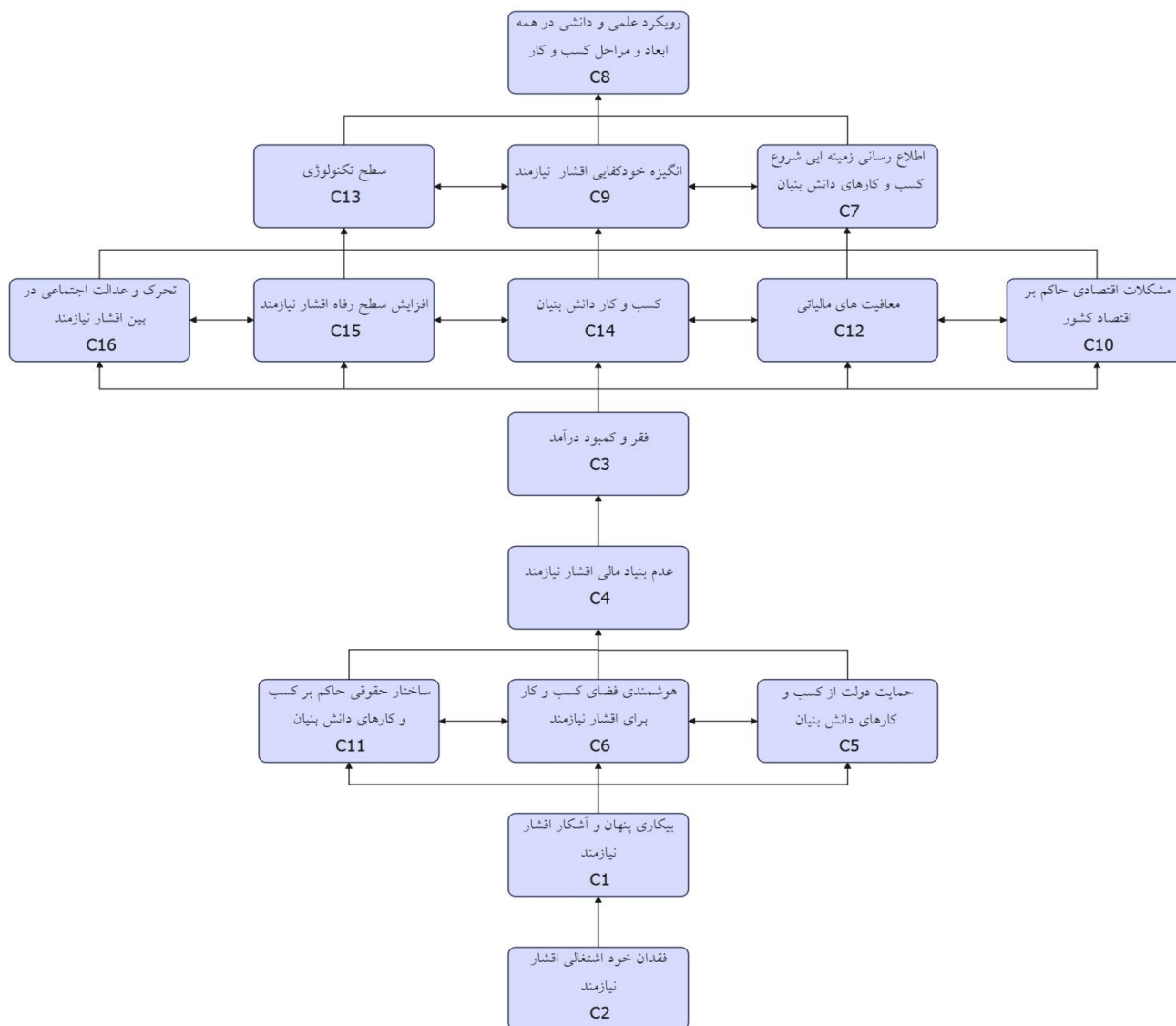
#### جدول ۵: تعیین سطح متغیرها

نماد	متغیر	سطح	قدرت نفوذ	قدرت وابستگی
C1	بیکاری پنهان و آشکار اقشار نیازمند	7	15	10
C2	فقدان خود اشتغالی اقشار نیازمند	8	15	5
C3	فقر و کمبود درآمد	4	14	14
C4	عدم بنیاد مالی اقشار نیازمند	5	14	5
C5	حمایت دولت از کسب و کارهای دانش بنیان با رویکرد حمایت از اقشار نیازمند	6	15	14
C6	هوشمندی فضای کسب و کار برای اقشار نیازمند	6	15	15
C7	اطلاع رسانی زمینه ایی شروع کسب و کارهای دانش بنیان برای اقشار نیازمند	2	13	15
C8	رویکرد علمی و دانشی در همه ابعاد و مراحل کسب و کار	1	1	16
C9	انگیزه خودکفایی اقشار نیازمند	2	13	15
C10	مشکلات اقتصادی حاکم بر اقتصاد کشور	3	14	15
C11	ساختار حقوقی حاکم بر کسب و کارهای دانش بنیان	6	15	14
C12	معافیت های مالیاتی	3	14	15
C13	سطح تکنولوژی	2	13	15
C14	کسب و کار دانش بنیان	3	14	15
C15	افزایش سطح رفاه اقشار نیازمند	3	14	15
C16	تحرك و عدالت اجتماعی در بین اقشار نیازمند	3	14	15

### رسم مدل تعامل های عوامل:

ابتدا بر اساس سطح، معیارها را طبق اولویت به دست آمده از بالا به پایین مرتب می کنیم. با استفاده از ماتریس حاصل شده از ماتریس دریافتی مرتب شده بر اساس سطوح، مدل ساختاری به وسیله گره ها و خطوط رسم می شود. اگر رابطه از  $i$  به  $j$  وجود دارد با پیکانی از  $i$  به  $j$  مشخص می شود.

نمودار ۱: رسم مدل تعامل های عوامل



دیگرام نهایی ایجاد شده که با حذف حالت های تعدی و نیز با استفاده از بخش بندی سطوح به دست آمده است در نمودار زیر نشان داده شده است.

سطح یک به عنوان تاثیرپذیرترین سطح و سطح آخر به عنوان تاثیرگذارترین سطح نیز انتخاب می شود. همان طور که روی شکل مشخص است عامل سطح هشتم (فقدان خود اشتغالی اقشار نیازمند) مانند سنگ زیر بنای مدل عمل می کند. در نتیجه باید توسعه کسب و کارهای دانش بنیان برای اقشار نیازمند، از این متغیر آغاز شود و به سایر متغیرها تعمیم یابد. عامل (بیکاری پنهان و آشکار اقشار نیازمند) در سطح هفتم و عوامل (حمایت دولت از کسب و کارهای دانش بنیان با رویکرد حمایت از اقشار

نیازمند)، (هوشمندی فضای کسب و کار برای اقشار نیازمند)، (ساختار حقوقی حاکم بر کسب و کارهای دانش بنیان) در سطح ششم قرار دارند که با یکدیگر ارتباط دو سویه دارند. عامل (عدم بنیاد مالی اقشار نیازمند) در سطح پنجم و عامل (فقر و کمبود درآمد) در سطح چهارم و عوامل (مشکلات اقتصادی حاکم بر اقتصاد کشور)، (معافیت های مالیاتی)، (کسب و کار دانش بنیان)، (افزایش سطح رفاه اقشار نیازمند) و (تحرك و عدالت اجتماعی در بین اقشار نیازمند) در سطح سوم قرار دارند که با یکدیگر ارتباط دو سویه دارند و عوامل (اطلاع رسانی زمینه ایی شروع کسب و کارهای دانش بنیان برای اقشار نیازمند)، (انگیزه خودکفایی اقشار نیازمند)، (سطح تکنولوژی) در سطح دوم قرار دارند که این عوامل نیز با یکدیگر ارتباط دو سویه دارند و بر عامل سطح اول تأثیر گذارند. عامل سطح اول (رویکرد علمی و دانشی در همه ابعاد و مراحل کسب و کار) است و به خودی خود تأثیری بر عوامل دیگر نمی گذارد.

### تحلیل MICMAC

هدف از تجزیه و تحلیل، تشخیص و تحلیل قدرت نفوذ و وابستگی متغیرها است. پس از تعیین قدرت نفوذ یا اثرگذاری و قدرت وابستگی، می توان تمامی عوامل را در خوشه های چهارگانه روش ماتریس اثر ضرب ارجاع متقابل کاربردی قرار داد. بر روی ماتریس مورد نظر روش ماتریس اثر ضرب ارجاع متقابل کاربردی نقاط مرزی معمولاً یک واحد بزرگتر از میانگین تعداد عوامل می باشند. به عبارت دیگر، برای مثال در این تحقیق با توجه به اینکه تعداد عوامل برابر ۱۶ می باشد، نقاط مرزی روی ماتریس اثر ضرب ارجاع متقابل کاربردی برابر ۴ در نظر گرفته می شود. با این حال، با توجه به شرایط تحقیق می توان نقاط مرزی متفاوتی را منظور نمود. نقاط مرزی باید به گونه ای باشد که به خوبی عوامل مختلف را در خوشه های مورد نظر تفکیک نماید.

جدول ۶: قدرت نفوذ و وابستگی

قدرت وابستگی	قدرت نفوذ	نماد
10	15	C1
5	15	C2
14	14	C3
5	14	C4
14	15	C5
15	15	C6
15	13	C7
16	1	C8
15	13	C9
15	14	C10
14	15	C11
15	14	C12
15	13	C13
15	14	C14
15	14	C15
15	14	C16

متغیرها بر اساس قدرت نفوذ و قدرت وابستگی آنها (جدول ۶) به چهار دسته به شرح زیر طبقه بندی شده اند:

۱. متغیرهای خودمختار: این توانمندیها قدرت نفوذ ضعیف و وابستگی ضعیفی دارند. آنها نسبتاً از سیستم جدا شده اند و با آن پیوندهای کمی دارند. این توانمندیها در ربع I قرار می گیرند.
۲. متغیرهای وابسته: این دسته شامل توانمندیهای هابی است که قدرت نفوذ ضعیف اما قدرت وابستگی قوی دارند و در ربع II قرار می گیرند.

۳. متغیرهای رابط: اینها دارای قدرت نفوذ قوی و همچنین وابستگی قوی هستند و در ربع III قرار می گیرند. آنها همچنین ناپایدار هستند و بنابراین هر اقدامی بر روی آنها تأثیری بر روی دیگران و همچنین تأثیر بازخوردی بر روی آنها خواهد داشت.

۴. متغیرهای مستقل: اینها قدرت نفوذ قوی اما قدرت وابستگی ضعیفی دارند. اینها در ربع IV قرار می گیرند. در ادامه، نمودار قدرت نفوذ در مقابل قدرت وابستگی برای معیارها، همانطور که در نمودار ۴-۲ نشان داده شده است، ساخته شده است.

## ۶- نتیجه گیری:

- با توجه به اینکه نتایج نشان داد که بیشترین تأثیرات مربوط به "بیکاری پنهان و آشکار اقشار نیازمند"، "فقدان خود اشتغالی اقشار نیازمند"، "حمایت دولت از کسب و کارهای دانش بنیان با رویکرد حمایت از اقشار نیازمند"، "هوشمندی فضای کسب و کار برای اقشار نیازمند" و "ساختار حقوقی حاکم بر کسب و کارهای دانش بنیان"، می باشد لذا پیشنهاد می شود:
  - در زمینه دانش بنیان بودن پیشنهاد می گردد برای راه اندازی کسب و کارها به دانش های نوین و جدید توجه شود و برای راه اندازی این کسب و کارها به خلق دانش ضمنی پرداخته شود و کسب و کارها خلاقیت محور، منحصر به فرد و نوآورانه باشد تا بتواند محصول و خدمتی عرضه کند که توجه مشتریان بیشتری را جلب کند.
  - در زمینه ساختار حقوقی حاکم بر کسب و کارهای دانش بنیان پیشنهاد می شود دولت درصدد تقویت خط مشی های عمومی برای برقراری ساختارهای حقوقی ویژه و تسهیل کننده به منظور ایجاد انگیزه برای راه اندازی این نوع از شرکتها باشد.
  - نظارت بر تدوین برنامه های جدید مثل اختصاص اعتبار مالیاتی به فعالیتهای تحقیق و توسعه، اجرای برنامه برش استانی اقتصاد دانش بنیان، ایجاد زیرساخت های جدید در حوزه فناوری و نوآوری مثل راه اندازی کارخانه های جدید نوآوری، حمایت ویژه از توسعه محصولات های تک دانش بنیان و توافق با ۵ شرکت تولیدی بزرگ برای راه اندازی مراکز هم آفرینی (اشتراک گذاری ظرفیتهای مازاد خط تولید شرکتها برای افزایش تولید دانش بنیان) از جمله برنامه های معاونت علمی در اکوسیستم نوآوری و فن آوری کشور، که استمرار آنها در سال ۱۴۰۳ می تواند در تحقق جهش تولید کارساز باشد.
  - بازنگری و تجدیدنظر در سیستم بانکی به منظور هدفمند سازی تسهیلات اعطایی به کسب و کارهای اشتغال زا با رویکرد خود اشتغالی اقشار نیازمند.
  - تقویت سیاست های عدالت اجتماعی در خصوص توزیع و تخصیص منابع تولیدی و مالی برای ایجاد اشتغال هدفمند و پایدار به خصوص برای اقشار نیازمند.
  - در راه اندازی کسب و کارهای دانش بنیان در زمینه ایجاد بانک اطلاعاتی از اقشار نیازمند متقاضی کسب و کار پیشنهاد می شود تا دیپلماسی علمی در بین کارکنان به کار گرفته شود و هر یک از افراد در این کسب و کار بتوانند به نوعی دانش کسب و کار خود را بیفزایند و در جهت تحقق اهداف کسب و کارشان از توان علمی و پژوهشی خود استفاده کنند، پژوهش های بین المللی و ارتباطات با صنعت تداوم یابد و فرصت نواندیشی و توسعه به افراد حاضر در کسب و کار داده شود و نظام پیشنهادات و انتقادات مورد توجه و استفاده قرار گیرد تا بتوان ایده ها و کسب و کارها را بهبود بخشید و در راستای موفقیت آنها تلاش کرد و ارتباطات در داخل و خارج از کشور برای این کسب و کارها مهیا باشد تا بتوانند دانش و علمی را که نیاز دارند به دست آورند و در راستای تحقق این اهداف تلاش کنند.
  - در بعد توانمندی بازاریابی توصیه می شود تا دانش بازاریابی که متمرکز بر مشتریان و متمرکز بر رقبا است در بین کسب و کارها افزایش یابد. این امر می تواند اهداف و استراتژی های کسب و کار را تحت تاثیر قرار داده و قابلیت های بازاریابی کسب و کارها را افزایش دهد.

## ۷- پیشنهاد برای پژوهش‌های آتی

به منظور انجام پژوهش‌های آتی در راستای این مطالعه، موارد زیر پیشنهاد می‌شوند:

- با توجه به اینکه پژوهش حاضر با استفاده از روش ساختاری-تفسیری انجام شد، توصیه می‌شود عناصر آن به طور کمی مورد بررسی قرار گرفته و آنگاه با نظریات موجود در صورت وجود مقایسه شوند.
- با توجه به انجام پژوهش در سطح ملی و بررسی کلیه حوزه‌های فن‌آورانه بوده تا دیدگاهی جامع نسبت به راه اندازی کسب‌وکارهای دانش بنیان برای اقشار نیازمند ارائه گردد؛ بدیهی است تبیین دقیق اجزاء راه اندازی کسب‌وکارهای دانش بنیان برای اقشار نیازمند به طور منطقه‌ای و یا در حوزه خاصی از فناوری نیازمند انجام مطالعات خاص آتی است که البته در این زمینه یافته‌های پژوهش جاری می‌تواند مفید و مؤثر واقع گردد.
- پرداختن جامع به مقوله راه اندازی کسب‌وکارهای دانش بنیان برای اقشار نیازمند که نقطه آغاز پژوهش در این زمینه است، نیازمند شناسایی مولفه‌ها و تبیین روابط بینابینی و همچنین چارچوب سنجش مؤلفه‌ها است؛ هر یک از این موارد می‌تواند در قالب تحقیقات خاصی مورد پیگیری قرار گیرند.
- در راستای عمق بخشی به چارچوب راه اندازی کسب‌وکارهای دانش بنیان برای اقشار نیازمند کشور (شامل ابعاد، مؤلفه‌ها و روابط کلان مرتبط)، انجام پژوهش‌های دیگر با بهره‌گیری از روش‌های تکمیلی قابل پیشنهاد است.

## منابع

۱. اکبرزاده، نجمه و شفیع زاده، احسان، (۱۴۰۱). بررسی نقش دولت در بهبود روند ایجاد و توسعه کسب‌وکارهای دانش بنیان، نشریه رشد فن‌آوری، زمستان، شماره ۳۳.
۲. انتظاریان، ن. (۱۳۹۴). تاثیر کسب‌وکارهای دانش بنیان بر رشد اقتصادی کشور، منبع کار و جامعه اردیبهشت ۱۳۹۴ شماره ۱۸۰.
۳. پاک‌نیت، مریم، انصاری، رضا و شاهین، آرش، (۱۳۹۵). تحلیل تأثیر توانمندی‌های نوآوری فن‌آورانه بر تجاری‌سازی فن‌آوری و عملکرد شرکت‌های دانش‌بنیان استان اصفهان. مدیریت نوآوری، ۵ (۳)، ۸۴-۵۹.
۴. ثقفی، فاطمه و حدادی، جواد، (۱۳۹۷). ارائه مدل سنجش تأثیر خدمات پارک‌های علم و فناوری بر عملکرد نوآورانه شرکت‌های دانش‌بنیان مستقر در آن‌ها. فصلنامه مدیریت توسعه فن‌آوری، ۶ (۲)، ۱۲۷-۱۰۱.
۵. حاجی آخوندی، عرفان، هاشم زاده خوراسگانی، غلامرضا، بوشهری، علیرضا. (۱۳۹۹). شناسایی عوامل کلان مؤثر بر موفقیت نوآوری باز در اکوسیستم کسب‌وکارهای دانش‌بنیان دیجیتال. مدیریت صنعتی، ۱۲ (۲)، ۳۴۴-۳۷۲.
۶. خرسندی پیشکناری، سعید، محرابی، جواد، و داوری، علی. (۱۴۰۱). طراحی الگوی توسعه کسب و کارهای دانش بنیان در شرایط تحریم با رویکرد کارآفرینانه: یک مطالعه ی فراترکیب. توسعه ی آموزش جندی شاپور، ۱۳ (۴)، ۶۷۵-۶۹۰. <https://sid.ir/paper/1097661/fa> SID.
۷. خیاطیان یزدی، محمد صادق، الیاسی، مهدی، طباطباییان، سید حبیب اله، (۱۳۹۵). الگوی پایداری شرکت های دانش بنیان در ایران. سیاست علم و فن‌آوری، ۹ (۲)، ۴۹-۶۲.
۸. خویشتن دار، س.، و دانش شکیب، م. (۱۳۹۸). شناسایی الگوهای انگیزشی کارآفرینان در راه اندازی کسب‌وکارهای دانش بنیان. سیاست علم و فن‌آوری، ۱۱ (۴)، ۴۷-۶۲.
۹. خواجه‌زاده، ف. (۱۴۰۰). بررسی تاثیر تکنولوژی ساختار شکن، دوسوتوانی نوآوری بر قابلیت‌های پویا با نقش میانجی مزیت رقابتی پایدار در مجتمع گل گهر، پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت تکنولوژی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد سیرجان.

۱۰. درودی، هما و بهمن جوان و فرهاد جوان، (۱۳۹۸). تحلیل اثرات اعتبارات خرد بانک کشاورزی در توسعه روستایی با تاکید بر بخش کشاورزی مورد مطالعه: شهرستان رضوان شهر، پنجمین همایش بین المللی علوم و تکنولوژی با رویکرد توسعه پایدار، شیراز، مرکز راهکارهای دستیابی به توسعه پایدار
۱۱. ردائی، م و قاضی نوری، ز، (۱۳۹۵)، ارزیابی نقش صنایع کوچک و متوسط (SMEs) در رشد اقتصادی ایران، مؤسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی، شماره ۳۹.
۱۲. رزمجو، م، و تقوایی، م، و صفاریان همدانی، س، (۱۳۹۲). کارآفرینی و اشتغالزایی در حوزه کسب و کارهای دانش بنیان مبتنی بر ظرفیت موقوفات؛ ارائه مدل با استفاده از تکنیک دیمتل و مدل یابی معادلات ساختاری. پژوهشنامه خراسان بزرگ، ۱۱ (۴۲)، ۸۵-۱۰۶.
۱۳. عبدالله زاده، غلامحسین و جمشیدی کوهساری، احمد و حسینی المدنی، سید حسن و شریف زاده، محمدشریف، (۱۳۹۹). عوامل مؤثر بر راه اندازی کسب و کارهای مستقل در نواحی روستایی، نشریه روستا و توسعه، دوره ۲۳، شماره ۲ (تابستان).
۱۴. فخاری، حسین و جوکار، علی اکبر و دارایی، محمدرضا، (۱۳۹۳). آسیب شناسی فضای کسب و کارهای دانش بنیان ایران در شرایط تحریم اقتصادی، اولین کنفرانس اقتصاد و مدیریت کاربردی با رویکرد ملی.
۱۵. گلابی، امیرمحمد و مهربانی روزا و رضوانی، مهران، (۱۳۹۹). مفهوم پردازی فرایند مدیریت بازاریابی در کسب و کارهای دانش بنیان مستقر در پارک علم و فناوری شهر اراک، مجله اقتصاد و تجارت نوین، تابستان و پاییز، دوره ۶، شماره ۲۲-۲۱، از صفحه ۷۷ تا صفحه ۹۸.
۱۶. محمدکاظمی، رضا، طالبی، کامبیز، داوری، علی، دهقان، عامر، (۱۴۰۰). بررسی تاثیر نوآوری مدل کسب و کار بر خلق مزیت رقابتی با نقش میانجی گری توانمندی کارآفرینانه (مورد مطالعه: شرکتهای دانش بنیان حوزه فن آوری اطلاعات و ارتباطات). فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی، ۱۴ (۲)، ۳۲۱-۳۲۹.
17. Bang, A., Mølgaard Cleemann, C., & Bramming, P. 2020. "How to create business value in the knowledge economy". Accelerating thoughts of Peter F. Drucker. Management decision. 4 (48). 616-627.
18. Godin, B. 2006. "The knowledge-based economy: conceptual framework or buzzword?" *The Journal of technology transfer*. 31 (1). 17-30.
19. Hoskisson, R. E. et al. 2020. "Strategy in emerging economies". *Academy of management journal*. 43 (3). 249-267.
20. Joueidi, S. 2013. "A taxonomy of manufacturing and service firms in Luxembourg according to technological skills".
21. Zack, M. H. 2013. "Rethinking the knowledge-based organization". MIT Sloan management review. 44 (4). 67.



## Structural-interpretive modeling of effective factors in knowledge-based businesses for the needy classes

### Abstract:

A knowledge-based business is grounded in the dissemination, application, and creation of information, science, wisdom, and knowledge. The aim of this study is to identify the factors influencing knowledge-based businesses for underprivileged groups. Given that the objective of this research was to provide a structural-interpretive model for identifying factors affecting knowledge-based businesses for underprivileged groups, the grounded theory approach was chosen to align with this purpose. In-depth interviews were conducted with 12 experts and academics to gather the necessary data. The Structural-Interpretive Modeling (ISM) method was employed to analyze the relationships between the model's dimensions and indicators, which were then analyzed comprehensively. Finally, through MICMAC analysis, the variables were classified based on their influence and dependency on other variables. The results show that the most influential factors are "hidden and open unemployment of underprivileged groups", "lack of self-employment among underprivileged groups", "government support for knowledge-based businesses with a focus on underprivileged groups", "business intelligence for underprivileged groups", and "the legal structure governing knowledge-based businesses". The least influential factor is the "scientific and knowledge-based approach in all dimensions and stages of the business". The findings of the study demonstrate that knowledge-based businesses play a crucial role in enhancing production efficiency, embodying knowledge in new products and services, improving economic levels and welfare, and generating wealth and added value within a society.

**Key word:** Business, knowledge-based businesses, needy and deprived classes, appropriate model of knowledge-based businesses.